

УДК 004.75

## **РОЗРОБКА WEB-ЗАСТОСУНКУ CRM-СИСТЕМИ ДЛЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ**

**В.С. ВШИВЦЕВ<sup>1\*</sup>, Г.Ю. СИДОРЕНКО<sup>2</sup>**

<sup>1.</sup> *магістрант кафедри САІТ, НТУ «ХПІ», Харків, УКРАЇНА*

<sup>2.</sup> *доцент кафедри САІТ, канд. техн. наук, доцент, НТУ «ХПІ», Харків, УКРАЇНА*

<sup>\*</sup> *email: vshivtsev.vlad@gmail.com*

Сучасні комерційні підприємства, в залежності від напрямку своєї діяльності, можуть працювати з різною кількістю клієнтів. У багатьох великих фірм можуть бути десятки, а то сотні активних замовників, а потенційних – ще більше. Якщо підприємство при цьому займається розробкою складних проектів для своїх клієнтів (наприклад, створення програмного забезпечення), то менеджеру відслідковувати виконання цих проектів стає непосильним завданням. Без використання спеціально розроблених систем менеджер витрачає величезну кількість часу для координації роботи виконавців, для спілкування з поточними і потенційними клієнтами. Цю проблему може вирішити CRM-система [1].

CRM-система являє собою набір певного програмного забезпечення і технологій, призначене для обліку, обробки та зберігання інформації про взаємовідносини з клієнтами. За допомогою CRM можна автоматизувати й удосконалювати бізнес-процеси в таких областях, як: продажу, маркетинг, обслуговування і підтримка клієнтів. За допомогою CRM-системи можна координувати взаємодію різних відділів компанії, які ведуть роботу з клієнтом, а також координувати роботу різних каналів взаємодії з самим клієнтом. Крім того, CRM може дати різним відділам компанії доступ до повної інформації про клієнта, необхідної для найкращого задоволення його потреб [2].

Зазвичай, системи управління взаємовідносинами з клієнтами прийнято розглядати як програми для автоматизації продаж і взаємодії з клієнтами. Однак, сьогодні розробники систем функціонально розширили свої програми і перетворили їх в інструмент комплексної автоматизації бізнесу. Таким чином, CRM, як технологію підвищення ефективності та організації роботи бізнесу, можна адаптувати під будь-яку справу. Головне в сучасній CRM системі – здатність вирішувати питання внутрішніх зв'язків компанії і управління, тобто вміти будувати і автоматизувати бізнес-процеси [3].

Головним критерієм при виборі CRM-системи є її тип, який визначає, чи буде підходити система до специфіки організації. Іншим важливим критерієм є можливість інтеграції системи, що впроваджується, в інфраструктуру компанії. Часто буває важлива можливість доопрацювання системи під потреби компанії.

Вирішальним фактором на користь вибору CRM-системи або відмови від неї є сукупна вартість володіння системою, в яку входить як вартість придбання ліцензії або підписки, так і вартість її впровадження і подальшої підтримки. Після підбору необхідної системи можна приступити вже безпосередньо до її впровадження.

Типовий проект впровадження CRM-системи можна розділити на чотири етапи.

Перший етап – підготовка, допроектне обстеження і складання технічного завдання. На цьому кроці слід визначити цілі впровадження, вивчити технології впровадження і провести допроектне обстеження, що включає в себе вивчення існуючих процесів по роботі з клієнтами, особливостей бізнесу компанії. В результаті має вийти опис організаційної структури компанії, схеми основних бізнес-процесів роботи з клієнтами, деталізація цілей впровадження і критерії успіху впровадження системи.

Наступним етапом буде проектування – опис способів реалізації вимог до програми, складених на етапі допроектного обстеження. В результаті повинні будуть вироблені шляхи оптимізації бізнес-процесів компанії, визначені ключові показники діяльності, узгоджені і затверджені функціональні вимоги. Рекомендується також підготувати тестові приклади для перевірки результатів роботи програми.

Третій етап полягає в реалізації завдань, поставлених на етапі проектування. Він включає розробку, настройку та тестування CRM-системи, створення експлуатаційної документації, настройку функціоналу і перевірку працездатності на тестових прикладах.

І, нарешті, останній етап – задача розробленої системи, введення в експлуатацію та аудит, який полягає в аналізі роботи системи і перевірки досягнення поставлених цілей впровадження.

В даній роботі було вирішено розробити web-застосунок CRM-системи для роботи інтернет-магазину одягу. Отримані знання допомогли виявити як сучасні інформаційні технології допомагають бізнесу розвиватися та залишатися конкурентоспроможними.

#### **Список літератури:**

1. *ISO/IEC 2382:2015 Information technology – Vocabulary: [Електронний ресурс]*. Режим доступу – <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso-iec:2382:ed-1:v1:en>.
2. *Chen I. J., Popovich K. Understanding customer relationship management (CRM) People, process and technology // Business process management journal. – 2003. – Т. 9. – №. 5. – С. 672 - 688.*
3. *Базовые модули CRM. CRM: [Електронний ресурс]*. Режим доступу – [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Базовые\\_модули\\_CRM](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Базовые_модули_CRM).